

DAFTAR PUSTAKA

- Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187-5191.
- Andini Intan, Wardoyo. (2017). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol. 19, No. 1
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). *Effect of Brand Image, Price, and Quality of Product on The Smartphone Purchase Decision. EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.
- Fitri, I. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam . Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung .*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang .*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Hermawan, H. (2015). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia .*
- Khakim, L. d. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pda Pizza Hut Cabang Simpang Lima. Journal of Management .*
- Khasanah, M., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Brand Trust Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Warta Ekonomi*, 07(17), 64–77.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Global Edition.
- Kotler Philip & Keller, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran edisi 15 Jilid 2*
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. (2014) *Principles of Marketing, 12th Edition*, Jilid 1 Jakarta : Erlangga
- Mangkunegara, AA Anwar Prabu. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Refika Adhitama
- Maliyah, S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Puthrai Asset Management . *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 1 No 1* .
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>

- S. A., & M.Oloan. (2017). Pengaruh Citra merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan Vol 6, No.1* .
- Sri Yuniarti Vinna. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sondakh. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3 No. 1* .
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Badan Penerbit ALFABETA,cv.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:CV.Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Susanto, E., & Jasman. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme di Kabupaten Ogan Komeing ilir. *KHOZANA: Journal of Islamic Economic and Banking*, 4(2). <http://journal.stebisdarussalamoki.ac.id/index.php/khozana>
- Tarigan, S. A., & Siregar, Z. (2019). Pengaruh Harga dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi kasus pada OPPO Store, Sinergy Cellular Medan). *Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 17–21.
- Tjiptono Fandy, & ADiana. (2019). Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi. Penerbit : Andi

Wijaya Chandra, Kempa Sesilya. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada*. AGORA Vol. 6, No. 2

<https://eigeradventure.com>.

www.IDNTIMES.COM

<https://www.kompas.com>

<https://eigerindo.co.id/>.

